



**Sieg in der Kategorie „Digital Marketing“** Die App Too Good to Go überzeugte die Jury, Country Manager Georg Strasser ist begeistert.



**Sieg in der Kategorie „Public Services & NPO“** Rot Kreuz-Generalsekretär Michael Opriesnig (l.) und der Spendenscheck des Siegers „Red Cross goes ART“.

# Mit Verantwortung

In den Kategorien „Digital Marketing“ und „Public Services & NPO“ überzeugten Too Good to Go und das Österreichische Rote Kreuz.

WIEN. Im Hinblick auf eine nachhaltige Lebensweise ist ein respektvoller und wertschätzender Umgang mit unseren Lebensmitteln unumgänglich. Die App „Too Good To Go“ setzt genau hier an unter dem Motto „Essen retten via App“. So konnten mit dieser App 2021 insgesamt 1,4 Mio. Essen gerettet werden. „Mit einer gut durchdachten und lösungsorientierten Strategie wird ein Bewusstsein geschaffen für die Vorteile einer Reduktion von Food Waste“, zeigt sich die Jury begeistert und entschied sich klar für den Sieger in dieser Kategorie.

„Der Ansatz, Kunstwerke von Persönlichkeiten und Künstlerinnen und Künstlern auf der einen und den betroffenen Kin-

dern auf der anderen Seite zu versteigern, um Spenden zu lukrieren, trifft den Zeitgeist des Erlebnismarketing optimal“,

urteilt die Jury. Mit einer tollen Idee und geringem Budget-einsatz konnten so die Projektziele sogar übererreicht werden.

## Weitere Finalisten

### Digital Marketing



• **Yummy publishing**  
Yumpu, der digitale Kiosk



• **ÖAMTC**  
Maximize the Maximum

### Public Services & NPO



• **Wien Energie**  
Wahrnehmungsplus



• **Stadt Wien**  
Alles gurrregelt!

PURPOSE & MEANING

meaningful-brands.at



MEANING  
MEANING  
MEANING  
MEANING  
MEANING  
MEANING

WIE GUT IST IHRE MARKE AUFGESTELLT?

Machen Sie jetzt den 2 Minuten Schnellcheck und gewinnen Sie einen von 3 Workshops.

havas  
village  
wien